

**hi5, su desaparición y discriminación por su uso en jóvenes de Ecuador**

**hi5, its disappearance and discrimination for use in young people in Ecuador**

**Katty Yadira Paucar Carrión<sup>1</sup>**  
**Universidad Técnica Particular de Loja**

**Resumen**

Las tecnologías de la información y la comunicación TIC han sido protagonistas y han logrado trastocar las relaciones sociales, contribuyendo a generar una sociedad colaborativa; es decir, una sociedad donde las tecnologías promueven el acceso, la elaboración, la divulgación y el manejo de información de forma libre, desmedida e incorrecta. En este sentido, hi5 como red social de diagramación sencilla se convirtió en una plataforma atractiva, popular, atrayendo a millones de usuarios de nivel socioeconómico medio hacia alto en los diferentes países de Latinoamérica.

Hoy, este es el desafío actual al que han apuntalado redes como Facebook e Instagram que ante el paradigma del avance de las nuevas tecnologías y las enormes posibilidades que traen consigo, han logrado convertir al usuario en prosumer, gracias a una pantalla conectada a Internet.

La comunicación virtual amplifica los efectos de los sucesos y, en el caso de la discriminación (acoso, agresión, violencia, etc.), adopta algunas particularidades por la rápida propagación de los contenidos en la Web. Es así que, la línea de intervención en casos de discriminación en Internet es muy delgada debido a que hay que contemplar tanto los hechos discriminatorios como el respeto a la libertad de expresión.

**Palabras-clave**

Discriminación, Redes sociales, Jóvenes, Nuevas tecnologías.

---

<sup>1</sup>Licenciada en Comunicación Social. Estudiante de Maestría en Comunicación, mención Investigación y Cultura Digital, Universidad Técnica Particular de Loja. Loja-Ecuador. Email: kattyadira@hotmail.com

**Abstract**

ICT information and communication technologies have been protagonists and have managed to disrupt social relations, contributing to generate a collaborative society; That is to say, a society where the technologies promote the access, the elaboration, the divulgation and the handling of information of gratuitous, excessive and incorrect form. In this sense, hi5 as a simple layout social network became an attractive, popular platform, attracting millions of users from medium to high socioeconomic level in the different countries of Latin America.

Today, this is the current challenge to which networks such as Facebook and Instagram have been underpinned by the paradigm of the advancement of new technologies and the enormous possibilities they bring, have managed to turn the user into prosumer, thanks to a screen connected to the Internet.

Virtual communication amplifies the effects of events and, in the case of discrimination (harassment, aggression, violence, etc.), it adopts some particularities for the rapid propagation of the contents on the Web. Thus, the line of intervention in cases of discrimination on the Internet is very thin because it is necessary to contemplate both discriminatory acts and respect for freedom of expression.

**Keywords:**

Discrimination, Social networks, Youth, New technologies.

## **1. MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Tecnologías mediáticas**

Al respecto de las tecnologías, estas nos permiten estrechar la comunicación digital, vida social y política. No solo facilitan la circulación de información, sino que anima al consumidor a enfrentar y asumir la era omnipresente como productor de su vida misma.

Las tecnologías mediáticas e informacionales son ubicuas e invisibles. En efecto, son cada vez más ambas cosas, a medida que los microprocesadores desaparecen dentro de una máquina tras otra y ellas supervisan, regulan, controlan su funcionamiento y lo que harán por nosotros, y generan y mantienen sus conexiones con otras máquinas igualmente invisibles. (Silverstone, 2004, p.53)

El usuario es el sujeto que se mueve a actuar en las redes de la comunicación. Pero actuar exige cierta competencia tecnológica que le permita reconocer los códigos básicos del medio, puestos de manifiesto en su naturaleza técnica y expresiva.

Por lo tanto, la comunicación resulta inseparable de la cultura, penetrando todos los aspectos diferenciados de la sociedad incluidas la tecnología y la educación.

### **1.2. Redes Sociales**

En el ámbito de las redes sociales, las principales divisiones surgen entre lo personal como contrario de lo profesional y lo privado como opuesto a lo público.

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso tecnológico comunicativo.

Las redes sociales son “comunidades virtuales”. Es decir, plataformas de Internet que agrupan a personas que se relacionan entre sí y comparten información e intereses comunes. Este es justamente su principal objetivo: entablar contactos con gente, ya sea para re-encontrarse con antiguos vínculos o para generar nuevas amistades. (Morduchowicz, Marcion, Silvestre & Ballestrin, 2010, p. 3)

Sin embargo, con los dispositivos móviles y el hábito cada vez más desarrollado de exhibir parte de nuestra vida diaria en las redes, hacen que al interrelacionarse entre sí, tiendan a confundirse estos conceptos. Morduchowicz (2012) sostiene. “Estas transformaciones tecnológicas –junto a los cambios sociales y culturales que las acompañaron–sin duda han afectado directamente la manera en que los adolescentes construyen su identidad” (p.12). En este contexto las publicaciones de blog o página web, reflejan a través del texto, video o imagen quien son o “quienes pretenden ser”.

Precisamente por eso Morduchowicz (2012) sustenta. “La vida social de los jóvenes hoy se mueve entre dos esferas: la virtual (on line), en los vínculos que los chicos establecen en el ciberespacio, y la real (off line)” (p.23). Es así que se ha reemplazado las relaciones interpersonales. Lo adolescentes y adultos navegan sin fronteras, sin distinguir entre lo realidad, buscando indagar “la realidad virtual”.

La Web 2.0, 3.0 que permite a los usuarios convertirse en generadores de contenidos y autores de su propio entorno, a través de diferentes formatos como los blogs, intercambio de fotos, video blogs, correo electrónico, mensajes instantáneos, descarga de música, productores, youtubers etc.

#### **1.2.1. hi5**

hi5 es una red social fundada por Ramu Yalamanchi (actual director general de la empresa hi5 Networks) y que fue lanzada en el 2003. Al finalizar el año 2007 tenía más de 70. 000 000 usuarios registrados, la mayoría de ellos en América Latina; además, era uno de los 40 sitios web más visitados del mundo. “En el caso de Latinoamérica, y específicamente México, el pionero es sin duda hi5, que al encontrar un mercado estadounidense ya ocupado, buscó mercados emergentes donde se hizo popular. (Foremski, 2008, p.133)

Sin embargo poco a poco su posición tan supremamente ganada ha ido decreciendo. De ser uno de los portales más visitados del mundo, en el 2010 solo tenía 2,7 millones mensuales de visitantes en Estados Unidos. Aunque esta aplicación ya no esté en total vigencia, algunos jóvenes de Latinoamérica como, México, Perú y Ecuador aún apuestan a su uso y por tanto son expuestos a discriminación, ya que hoy son Facebook, Instagram y Twitter las redes que convocan a millones de usuarios y por tanto ofrecen popularidad y aprobación social.

Por su parte la SECOM señala. “hi5 a principios de 2010, buscó reclutar miles de usuarios jóvenes, y con el paso de los años logró evolucionar y posesionarse gracias a su interactividad juegos, videos, audios, imágenes comentarios, etc” (p.3).

Con el tiempo hi5 resultó una red monótona, aburrida con contenidos que no satisfacían la demanda de la audiencia. Esta red social con Facebook en pleno apogeo, abordó un cambio radical de estrategia. Desde entonces es una red de juegos sociales y en 2011 pasó a pertenecer a Tagged.

hi5 fue una de las redes predilectas alrededor del año 2007, sin embargo conforme pasó el tiempo la página quedó en el olvido y fue sustituida por otras redes sociales que aún se encuentran vigentes, y pese a que hi5 aún está disponible ya son pocos los que optan por tener un perfil ahí.

Es que hi5, según Merca. “Cometió un gran error al apostar por los correos electrónicos como una forma de impulsar su sitio, pues estos, más que informativos, caían en la bandeja correo basura (SPAM) pues éstos eran automatizados, es decir no hubo una estrategia sustentada de e-mail” (p.2).

“El otro caso de éxito en su nueva versión en español es Facebook que, a pesar de haber sido creado por un ambiente universitario, se expandió a todo tipo de usuarios e incluso motivó el surgimiento de grupos bajo el nombre “después de entenderle al Facebook, no he vuelto a checar mi hi5”, que

claramente muestran la competencia entre ambas plataformas”. (Sandoval & Saucedo, 2010, p.133)

Salem (2016) se pronuncia. “El foco del análisis está en una nueva categoría discursiva, el ‘amixer’ (una reinterpretación virtual del tradicional ‘cholo’, la cual es identificada, categorizada, definida y estereotipada a través del insulto, la parodia, la ironía y el humor”.

Es así que, el único objetivo que persigue esta práctica es situar al ‘amixer’ y frenar su migración de una red social virtual que ya pasó de moda, hi5, a la novedosa y potencial red social Facebook.

### Gráfico1.

Perfil de hi5<sup>2</sup>



Fuente: Artículo, luego de la muerte de hi5, disponible en <https://goo.gl/WdMnbP>

<sup>2</sup> Recuperado de <https://goo.gl/WdMnbP> (20 de julio de 2017)

Con el paso de los años, Facebook ha logrado posesionarse en la segunda red social con más de 2.000 millones de usuarios, convirtiéndose en una herramienta de comunicación muy eficaz e importante, usurpando la gran convocatoria e influencia con la que gozaba hi5.

### **1.3. Virtualidad**

La virtualidad nos permite interactuar en sociedad, no solo está determinado por factores externos sino también internos, como estados de ánimo o preferencias personales, no todas, están directamente relacionadas con la “clase social” a la que pertenecemos.

“La “virtualidad”, en dicho punto, encuadra en la fórmula de manera decisiva justamente por permitir un crecimiento a gran escala de los contactos sociales, que en el pasado se encontraban restringidos a círculos informales de conversación, que acababan perdiéndose en una cantidad esencialmente tácita (y no explícita) de conocimiento”. (SECOM, 2013, p.13)

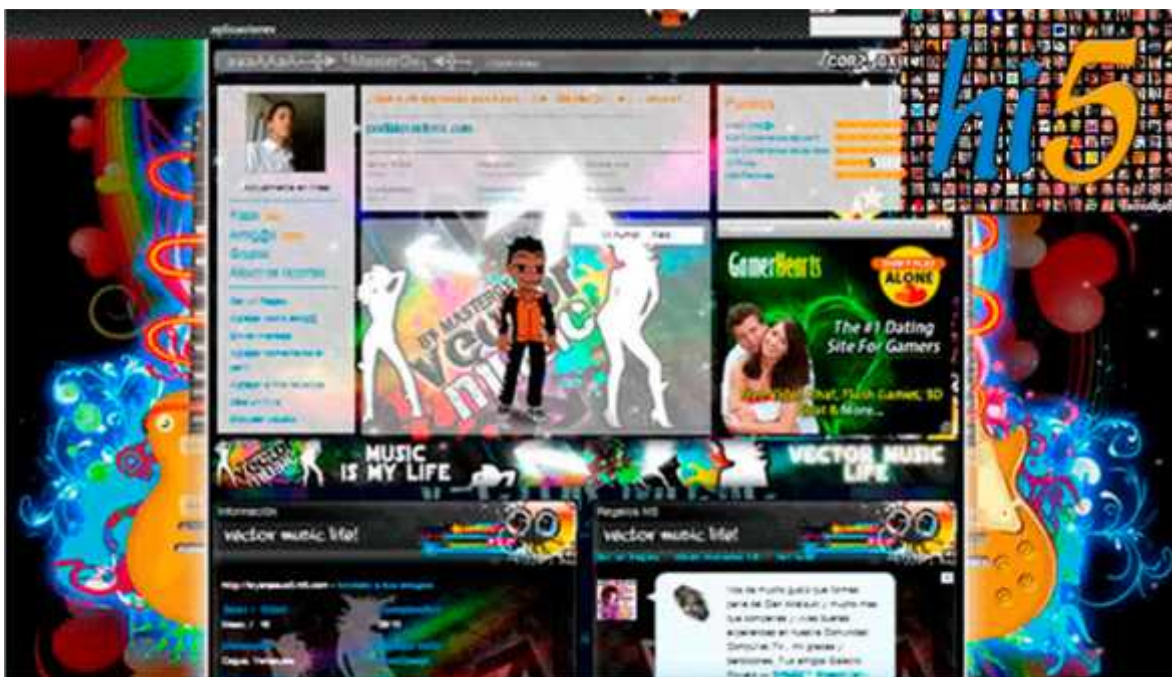
Por tanto la palabra virtualidad significa que, por medio del proceso imaginario permite al hombre entrar en otro proceso que es el de aprendizaje; posteriormente transformarla en realidad y a su vez entenderla. Es aquí donde el cibernauta cumple el rol de prosumer y con libertad y comodidad escoge sus contenidos y publicaciones.

Lévy (1999) conceptualiza lo virtualización como. “Una mutación de identidad, un desplazamiento del centro de gravedad ontológico del objeto considerado: en lugar de definirse principalmente por su actualidad (una «solución»), la entidad encuentra así su consistencia esencial en un campo problemático” (p.12).

Desde este enfoque, es evidente que, lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual. Es así que, hi5 se cargó de usuarios y se convirtió en pseudo monopolio, atentó contra su privacidad, autoridad y potestad. Una vez que dejó de ser líder y empezó a perder usuarios a toda velocidad, decidió modificar su enfoque y trató de convertirse en plataforma de juego con más de 200 millones de usuarios registrados que entran a la web una vez al año.

Frente a esta realidad virtual, desde hace 10 años ha sido Facebook con su estructura e interacción gratuita, sencilla y rápida, que ha logrado convertirse en la red social más usada como herramienta de comunicación muy eficaz e importante. Sin embargo es sumamente prestar atención a los aspectos negativos que prevalecen como el acoso, ciberbullying, pérdida de tiempo e invasión de privacidad, etc, que bajo ningún concepto puede prevalecer.

**Gráfico 2.**  
Virtualidad, interactividad y gratificación en hi5<sup>3</sup>



Fuente: Artículo que le paso a hi5, disponible en <https://goo.gl/beU3s9>

Con el paso de los años, Facebook ha logrado posesionarse la segunda red social con más de 2.000 millones de usuarios, convirtiéndose en una herramienta de comunicación muy eficaz e importante, usurpando la gran convocatoria e influencia de la que gozaba hi5.

<sup>3</sup> Recuperado de <https://goo.gl/beU3s9> (20 de julio de 2017)



### **1.3.1. Gratificación en Red**

Como señala Caplan (2002). “El adolescente utiliza Internet para recibir de los otros usuarios respuestas más positivas que las que recibe de su entorno habitual, teniendo una preferencia por la comunicación en línea en detrimento de la interpersonal cara a cara” (p.553).

Desde esta visión hi5 como red social lanzada en 2003, con un número creciente de usuarios presentes en 23 idiomas, usó su plataforma atrayente para que los sectores más jóvenes de la sociedad, plasmen su vida y pongan fe ciega en las nuevas tecnologías, en busca de aceptación y estímulo, al punto de exponer fotografías, gustos, preferencias. Plasmando en la pantalla del ordenador otro tipo de gratificaciones que complementan su realidad.

En las comunicaciones por e-mail está ausente el componente analógico, tornando dificultosa la calificación de los mensajes en lo que hace a la relación entre el emisor y el receptor. La ausencia de la percepción directa del cuerpo y la inaccesibilidad del mismo en el ciberespacio, constituyen un límite cuyos efectos intersubjetivos son paradójicos, pues es vivido a la vez como defecto o carencia en la relación, o bien, como posibilidad de eliminar un factor de discriminación hacia los otros. (Lameiro & Sánchez, 1998, p.48)

Por tanto, con la aparición de Internet se abre las puertas a la inteligencia colectiva que permite promover, facilitar tanto la colaboración de los usuarios como su participación en la creación de contenidos.

Esta inteligencia debe ser valorada y reconocida en todas las partes perceptibles, utilizándose para ocupar las competencias de las personas en un mundo más allá de lo físico, sino en un universo virtual.

### **1.4. Discriminación**

El mal uso de las redes sociales puede causar distracción, acoso, ciberbullying, pérdida de tiempo e invasión de privacidad, entre otros aspectos negativos que bajo ningún concepto puede reemplazar, menos suplir la comunicación interpersonal.

Por tanto es importante nuestra intervención inmediata sujeta al respeto de la libertad de expresión, sentimientos y emociones.

Es primordial que niños, niñas y adolescentes comprendan que tras el perfil de un usuario de una red social hay una persona y, por lo tanto, cualquier acto de agresión, violencia, burla, acoso o discriminación realizado en el ámbito de Internet tiene consecuencias en la vida real de la persona afectada. Por eso, las familias y adultos responsables deben mantener un rol activo y participativo en las actividades que realizan en la web los niños, niñas y adolescentes. Para eso, el diálogo es siempre la más importante de las prácticas a seguir. (UNESCO, 2014, pág. 3)

La forma de relacionarse ha perdido legitimidad e intimidad, por un lado ansias en búsqueda de gratificaciones y aceptación. Y por el otro lado, el vínculo con personas tremendamente superficiales.

“Los jóvenes son más susceptibles a seguir modas y tendencias, por lo que al empezar a tener acceso a hi5 buscan reflejar y extender los grupos que han formado o de los cuales son parte, debido a su ideología o creencias. Se observó que el lenguaje en hi5 es global, algunas palabras son universales y sin importar el lugar de procedencia o el idioma nativo, se pueden encontrar grupos con integrantes de todo el mundo” (Sandoval, R; Saucedo N, 2010) p.3)

El uso de las redes sociales provoca conflicto en las relaciones interpersonales, a través de la transmisión de imágenes o memes que, en muchos de los casos son usadas como elementos coercitivos con consecuencias nefastas debido a que, el uso de los de los medios de comunicación virtuales en muchos de los casos tiene un impacto devastador al insultar, agredir, degradar, causando en el peor de los casos la muerte.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2.1. Características de la Investigación**

El presente trabajo investigativo denominado “hi5, su desaparición y discriminación por su uso en jóvenes de Ecuador” se diseña con una estructura en la que se utilizan procedimientos de investigación cualitativa, recopila información

bibliográfica sobre temas relacionados a las tecnologías mediáticas, redes sociales, hi5, virtualidad, gratificaciones en red y discriminación.

En primer instancia se realiza un enfoque, abordando los temas en torno a la investigación en busca de esclarecer el panorama sobre la desaparición y discriminación por el uso de una red social, sus aspectos negativo, positivos, según sean los criterios que se sostenga. Finalmente, el resultado de este trabajo investigativo se ve reflejado en las conclusiones que dan respuesta a los objetivos planteados en un inicio.

### **2.1.1. Métodos de Investigación**

#### **2.1.1.1. Método Cualitativo**

A medida que avanza el análisis de datos, estos temas se tejen en busca de una explicación más amplia. Por lo común, el enfoque cualitativo es utilizado para descubrir y refinar preguntas de investigación. Según (Rubin, 1995) este análisis debe ser sistemático, seguir una secuencia y un orden (Álvarez, Gayou, 2005).

**TABLA 1.** Descripción del Método Cualitativo

<b>MÉTODO CUALITATIVO</b>			
<b>OBJETIVO</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>POBLACIÓN</b>
- Analizar hi5, su uso y discriminación. - Conocer como la red social ha desaparecido y su uso genera discriminación en algunos jóvenes de Ecuador.	) Investigación bibliográfica	Este instrumento permite recabar y obtener los datos sobre el tema a investigar	Información bibliográfica de sobre el tema planteado.

Elaboración propia.

### **2.1.2. Selección de la muestra**

La página de hi5 es motivo de estudio e investigación, en consecuencia la investigación sobre la desaparición y discriminación que conlleva su uso. La indagación virtual de esta red social es escasa debido a su evolución, pero existen fuentes producto de estudio de lo que son las redes sociales y su estructura atrayente al usuario, mismas que desde los diferentes buscadores posibilitan su visualización.

La ventaja de una muestra no probabilística -desde el punto de vista cuantitativo- es su utilidad para determinados diseños de estudio que requiere no tanto una “representatividad” de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características específicas previamente en el planteamiento del problema (Hernández, 2014, p.190).

Por tal razón la muestra escogida para el presente trabajo es no probabilística, y se basa únicamente en la investigación bibliográfica de la red social hi5.

### **3. RESULTADOS**

Ecuador es un país en vías de desarrollo tecnológico es así que, hi5 durante el 2007 con 70.000 usuarios registrados, se convirtió en una plataforma digital con poder de persuasión, convocatoria y entretenimiento dentro de su escenario. Sin embargo la hipertextualidad, multimedialidad, interactividad características que convirtieron a Facebook, en la segunda red mundial más poderosa con un total de 2.000 millones de usuarios, lograron arrebatarse posición y empoderarse del usuario activo hoy convertido en prosumer de información y contenido de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. A partir de esto, una notable diferencia entre quienes hacen uso de una red social desaparecida y quienes discriminan al usuario calificándolo como “naco o cholo digital”

En este contexto, el análisis que a continuación se presenta:

- ) La investigación bibliográfica. A través de esta técnica cualitativa fue posible categorizar las actividades discriminatorias sobre la red social hi5, los autores

sostienen que son varios los causales y situaciones que pasan desapercibidas y llevan a esta viralización que comprende: la apariencia física, homosexualidad o clase social que se esconde entre chistes, memes y provoca la difusión con naturalidad, por tanto debemos estar atentos a los contenidos no apropiados y denunciarlos.

- ) Los usuarios de hi5 lograron personalizar su página de perfil al escoger entre muchos diseños o crear el propio, pero esto no fue suficiente y poco a poco migraron al que sería su nuevo medio de comunicación virtual llamado Facebook que, resultó atractivo y competitiva al proveer a sus consumidores diseños de perfiles estandarizados, ofreciendo incluso mayor seguridad y privacidad en su información.

#### **4. CONCLUSIONES**

- ) En este nuevo siglo el internet ha ganado terreno en todos los ámbitos culturales, nos enfrentamos a un impacto tecnológico social de las llamadas redes sociales, herramientas didácticas-tecnológicas muy útiles que operan de forma sincrónica en algunos aspectos y asincrónica en otros.
- ) Las nuevas generaciones antes usuarios de hi5, hoy usuarios de Facebook, están creciendo con esta formación virtual de interacción y comunicación por medio de Internet, por lo tanto es imprescindible conocer la evolución de las TIC, sus procesos de producción y cómo operan socialmente.
- ) El usuario es el sujeto que se mueve a actuar en las redes de la comunicación. Pero actuar exige cierta competencia tecnológica que le permita reconocer los códigos básicos del medio, puestos de manifiesto en su naturaleza técnica y expresiva.
- ) La cultura digital emerge con la aparición de la Web 2.0. Los usuarios interactuar entre sí y establecen el patrón de consumo como forma de relación con la producción cultural. Así bajo normas y parámetros deberán evitar deslegitimar la vida humana a través de intimidación, terrorismo, pornografía y otras actividades ilícitas.

## **5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Caplan, S. E. (2002). Problematic internet use and psychosocial well-being: development of a the cognitive-behavioral measurement instrument. *Computers in Human Behavior*, 18, pp.553-575.
- Lameiro, M. y Sánchez, R. (1998). Vínculos e internet: Investigación cua-litativa acerca de nuevas formas de vincularse. *Boletín de la Sociedad española de psicoterapia y Técnicas de grupo*. Época IV N° 14, pp.45-66. Barcelona.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura La cultura de la sociedad digital*, Barcelona: Anthropos Editorial, México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Morduchowicz, R. (2012). Los adolescentes y las redes sociales: la construcción de la indentidad juvenil en Internet. Buenos Aires. doi: ISBN 978-950-557-907-5
- Morduchowicz, R. Marcon, A. Sylvestre, V. Florencia & Ballestrini F. (2010). Los adolescentes y las redes sociales. Ministerio de Educación, Presidencia de la Nación. Disponible en: <https://goo.gl/QyYzeT>
- Merca. (2016). ¿Qué le pasó a hi5?. Recuperado de: <https://goo.gl/vcztm6>
- Sandoval, R. & Saucedo N. (2010). Grupos de interés en las redes sociales; el caso de hi5 y Facebook en México. Artículo Educación y Humanidades. Recuperado de: <https://goo.gl/rvNA98>
- Salem, V. (2016). Amixer está en Facebook. Una investigación de la choledad virtual. Universidad Católica del Perú. Disponible en: <https://goo.gl/kKcu4M>
- Silvertone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?*. Buenos Aires. 1era. Edición. Amorrourtu.
- SECOM. (2013). *Manual de Orientación para participar en Redes*. Brasil. doi: IDB-MG-157. Disponible en: <https://goo.gl/YqaF5v>